

Нямоўныя сродкі павінны быць узаемазвязаны з вербальнымі і могуць спалучацца з імі на аснове самых разнастайных прынцыпаў: дапаўнення, ўзмацнення, ілюстравання, выдзялення, супрацьпастаўлення і інш., утвараючы пры гэтым цэласнасць, непарыўнае адзінства, што аптымізуе працэс камунікацыі і, адпаведна, аблягчае разуменне медыяідэі.

Невербальныя сродкі, як і моўныя кампаненты камунікацыі, павінны адпавядаць камунікатыўна-прагматычнай норме, якая «аб'ядноўвае моўныя і нямоўныя правілы пабудовы тэкстаў у вызначанай тыпавай сітуацыі з вызначанай інтэнцыяй для дасягнення аптымальнага прагматычнага ўздзеяння на адрасата» [1, с. 9].

Такім чынам, матэрыялы сучаснай прэсы з дэталёвай аналітычнай прапрацоўкай, шматлікімі каментарыямі і адметным візуальна-графічным афармленнем маюць вялікі камунікатыўна-прагматычны патэнцыял. Беларускія перыядычныя выданні, якая і выяўленча прадстаўляючы інфармацыю візуальна-вербальнага характару, садзейнічаюць фарміраванню грамадскай думкі і рэгулююць яе ў кантэксце дзяржаўнай палітыкі.

#### *Літаратура*

1. Анисимова, Е.Е. Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материале креолизованных текстов) / Е.Е. Анисимова. – М.: Издательский дом «Академия», 2003. – 128 с.
2. Ипполитова, Н.А. Русский язык и культура речи / Н.А. Ипполитова, О.Ю. Князева, М.Р. Савова. – М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2007. – 344 с.
3. Тулупов, В.В. Изобразительная журналистика в газете / В.В. Тулупов. – Воронеж, Факультет журналистики ВГУ, 2012. – 184 с.
4. Харитонова, С.В. Моделирование периодических изданий для детей / С.В. Харитонова. – Минск: БГУ, 2013. – 115 с.

**Александр Свороб**

*Белорусский государственный университет*

### **ВИЗУАЛЬНО-ГРАФИЧЕСКИЙ СТИЛЬ ГАЗЕТЫ: СОВРЕМЕННЫЕ ПРИМЕТЫ**

Стиль – явление комплексное, охватывающее аспекты содержания и формы. Возможно, не стоило бы вновь возвращаться к этому методологическому постулату, если бы стиль зачастую не соотносили только с его формальными проявлениями. Последнее очевидно связано со способностью стиля к саморазвитию, некоторой его автономностью: содержание может изменяться, а внешние признаки стиля какое-то время сохраняются.

Применительно к дизайну газеты понятие «стиль» надо рассматривать на нескольких уровнях: как совокупность особенностей «лица» конкретного издания; как «характеристику физиогномического единства» оформления

газеты на определенном этапе ее развития; как совокупность особенностей композиции и графики газет одного типа и, наконец, как стиль определенной национальной школы оформления.

Сегодня мы являемся свидетелями множественности стилистических решений, хотя правильнее будет сказать – стилистических вариаций на одну «тему». Ведь стремление к стилевому единству – также в ряду закономерностей развития нашей оформительской культуры. Композиционно-графическое моделирование стало тем частным методом, пользуясь которым дизайнеры стремятся к типологической завершенности изданий. Еще математик Курт Гедель утверждал, что нельзя до конца формализовать ни одну реальную систему, даже если она поддается самому мощному инструменту формализации – математике (да и сама математика – система разомкнутая). Это положение, несомненно, применимо к газетной форме.

Метод в оформлении газеты – система законов, принципов, правил и система приемов дизайна. Внешнее выражение он находит в стиле, который нельзя механически сводить к набору оформительских приемов. Утверждение стиля всегда связано со стандартизацией внешних форм, распространением их в виде унифицированных шаблонов, но это не примитивная унификация. Поиск новых приемов – вот гарант его развития (значит, стиль – процесс?). Вспомним и слова Флобера, что стиль – единственное средство преодоления серой обыденности.

Заимствования в оформлении – плохо это или хорошо? Думается, развитие каких-то приемов даже необходимо, ведь способы практических действий имеют счастливую возможность перерасти в метод познания. Метод реконструируется в стиле с помощью приемов. Может быть, даже разумно коллекционировать их, рождая по аналогии фирменные дизайнерские приемы. В настоящее время беда некоторых ответственных секретарей местных газет состоит в том, что, освоив принципы композиционно-графического моделирования, грамотно верстая полосы, они используют бедную графическую палитру. В памятках по оформлению наименее разработанным остается раздел «Особенности оформления отдельных публикаций». При централизованном же выпуске газет он становится важнейшим, поскольку в распечатках даются только цифровые обозначения компоновки материалов (текстовых, заголовочных, иллюстрационных). Причем приемы поддаются классификации – среди них можно выделить структурные, структурно-графические, постоянные, временные и т.п. При этом важно, чтобы прием органично вписался в стиль дизайна данной газеты, в ее композиционно-графическую модель.

Стиль – система, которая не может меняться часто; его нельзя намеренно придумать, он возникает нечаянно. Другое дело – приемы, манера дизайна, постоянно обновляющиеся и до определенной степени влияющие на стиль, который несет в себе свойства целостности и стабильности.

Остановимся же на приметах стиля современного газетного дизайна, связанного, прежде всего, с освоением компьютерных технологий.

Современный дизайн характеризуется таким явлением, как типографизация оформления, когда усилия газетных дизайнеров направлены на выявление возможностей прежде всего наборных, технических элементов. Типографизация сопровождается просветлением полос (отказ от вертикальных линеек при «светлом» наборе текста) и одновременно усилением контрастности.

Особо следует остановиться на безлинейной верстке, которая сегодня в большой моде. Ею надо умело и осторожно пользоваться: особенно тщательно просчитывать межколонные пробелы, продумывать подбор шрифтов и компоновку заголовков, заголовочных комплексов. В противном случае нарушается ритм полосы, она «разваливается», заголовки, стыкуясь, порой представляют несущазицу... Прежде чем отказаться от линеек, – этого сильного средства графического оформления, направляющего зрение читателя, имеющего не только разделительную, но и указательную, выделительную функции, – следует подумать, чем компенсировать их отсутствие. Безлинейная верстка требует дополнительных акцентов, иначе как удерживать внимание читателя, сначала окидывающего газетную полосу взглядом, а затем выделяющего то, что так или иначе «раздражило» глаз. Но вряд ли и в этом случае стоит обращаться к плотным подложкам, увлекаться светлым текстовым шрифтом на темном фоне, снижая удобочитаемость...

Для многих местных газет характерна плакатность первой страницы, превращающейся по сути в обложку с многочисленными анонсами материалов внутренних страниц (особенно в газетах форматов А4, А3), и мозаичность структуры последней страницы, что связано с размещением там справочной информации, рекламных объявлений. Заметно повысилась роль иллюстрирования – визуальная информация все настойчивее теснит словесную, текстовую.

Внутренние полосы местных газет характеризуются более спокойными композициями. Иные издания предпочитают здесь отказываться от шести-колонной верстки в пользу четырех- и даже трехколонной. Попробуем предположить, что это диктуется изменениями в тематике, проблематике и жанровой палитре. Журналисты все чаще обращаются к статье, комментарию, печатают аналитические, проблемные, зачастую дискуссионные материалы. За последние годы широкое распространение получили эссеистские жанры: люди стали мыслить более масштабно, раскованно, смело. Пришло время анализа, обобщений, комментария. Этому способствует и все увеличивающийся поток ранее неизвестных документов, первоисточников: журналист, в том числе и местный, оперирует цифрами и фактами, касающимися не только его района, города, но и края, региона, страны, мира. Все это не могло не сказаться и на верстке изданий. Объемные корреспонденции, статьи, очерки на всю полосу потребовали особого оформления за счет динамичной

композиции заголовочного комплекса, интенсивного внутреннего оформления текста, привлечения дополнительного иллюстрационного материала (фотографий, заставок), других графических акцентов (крупных инициалов, дополнительной краски, подложек и др.). Сегодня все более и более персонафицируется информация, что, очевидно, связано с повышением внимания к отдельной личности, индивидууму. Теперь нередко встретишь передовую статью, комментарий с фотопортретом автора и краткими биографическими сведениями о нем. В малоформатных общественно-политических газетах среднее количество фотоиллюстраций на полосе не превышает двух, в большеформатных оно приближается к трем. В тех изданиях, где качество печати неважное, используют меньше снимков, но зато увеличивают их размер, а вот бильдредакторы газет, качество печати которых высокое (офсетных прежде всего), используют немало фотографий больших и малых размеров. Компьютерная верстка способствует усилению тенденции визуализации периодических изданий – газетные тексты становятся короче; словесная информация либо дополняется, либо заменяется графической (инфографика); повышается роль абстрактных визуальных элементов, которым умелые дизайнеры стремятся придать качество конкретности.

«Круглые столы», интервью-диалоги как жанры суммирующей публицистики привлекают не только телевизионных, но и журналистов местных изданий. Оформитель же вынужден искать композиционные и графические средства подачи «гвоздевых» материалов, занимающих целую страницу или ее основную часть.

Комментарий выносится в анонс, «врезку», подзаголовок; заголовок, подзаголовок, рубрика, «врезка», фотозаставка или фотоиллюстрация образуют своеобразную композицию, выделяющую текст из ряда ему подобных на полосе, в номере, организующую газетное пространство. Это еще одна из оформительских тенденций, называемая развитием заголовочного комплекса. К ней примыкает тесно с нею связанная другая – повышение шрифтовой культуры, означающее выбор текстовых и заголовочных шрифтов, гармонирующих друг с другом, выразительных, удобочитаемых в условиях одно- и малогарнитурности.

Бывают моменты, когда поиски стиля становятся как бы бурлящими, и в истории оформления мы можем найти тому множество примеров. Например, конец 70-х – начало 80-х годов, когда активно осваивались офсет, фотонабор. Не обошел оформительский «бум» и малоформатные газеты: новая технология «потребовала» новых композиционно-графических концепций. Во внешнем облике местных изданий отразился современный стиль оформления, приметы которого мы и обозначили выше.

Особо следует подчеркнуть стремление к стабильности композиции и графики, композиционно-графическому моделированию. В общем виде мо-

делирование в редакционной деятельности – это описание и изучение всех ее элементов с целью поиска наиболее оптимальных вариантов их сочетания. Модель, конечно, не гарантия успеха, но она застраховывает от грубых ошибок. Модель – образец, эталон, вобравший все лучшее из прошлого опыта, и не только собственного. Наконец, это форма учебы редакционного коллектива, забота о будущем своей газеты, ибо, только следуя научно обоснованной модели, редакция сохраняет «формулу газеты».

И не менее важно определить идеологическую концепцию издания, выработать методику моделирования, довести ее до практиков – ответственных секретарей редакций газет. Нужно знакомить их с приемами моделирования и макетирования, приемами, обогащающими графическую палитру издания.

**Татьяна Силина-Ясинская**

*Белорусский государственный университет*

## **СОДЕРЖАТЕЛЬНО-ТИПОЛОГИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ ЖУРНАЛЬНОЙ ПЕРИОДИКИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

Жизнь современного общества невозможна без полноценного обеспечения его информационных потребностей. Журналы играют немаловажную роль в предоставлении аудитории сведений о событиях в различных сферах жизни. Журналы способствуют продвижению в массы нового знания, призваны дать аудитории более глубокий анализ событий и явлений окружающего мира, комментировать, объяснить их, спрогнозировать дальнейшее развитие.

В конце прошлого столетия исследователи сравнивали журналы с трехмерными объектами в пространстве и времени, имея в виду то, что одна тема, воплощенная в форме публикации, развивается в пространстве и во времени: перелистывая страницы, читатель имеет дело с различными носителями – разворотами и полосами, и при последовательном переходе от одной полосы к следующей за ней в сознании у читателя должен формироваться единый образ материала.

Журналы возникают в точках пересечения запросов (профессиональных, социальных, возрастных – вертикальный уровень) и интересов (политика, спорт, искусство и т.д. – горизонтальный уровень) аудитории. В секторе современной печатной периодики Беларуси сформировались большие группы научных, научно-популярных, деловых, общественно-политических, познавательных (для совместного чтения) и др. журналов.

Наиболее широко на рынке отечественной журнальной периодики представлено научное направление. Читателям предлагается более 100 наименований журналов, большинство из которых – издания УВО и научных организаций Беларуси: «Вестник Военной академии Республики Беларусь», «Научные труды НИИ физической культуры и спорта Республики Бела-